

学校编号: 10384

分类号_____密级_____

学 号: X200215174

UDC_____

基于产品知识的组织采购研究

Research based on the Business Procurement of Product Knowledge

余育宗

指导教师姓名: 林志扬 教授

申请学位级别: 硕 士

专 业 名 称: 工商管理 (EMBA)

论文提交日期: 2005 年 10 月

论文答辩时间: 2005 年 月

学位授予单位: 厦 门 大 学

学位授予日期: 2005 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文而产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

内容摘要

组织采购是企业到最后决定购买前的一连串决策过程，而采购目的是企业为获得产品或服务的购买行为，产品或服务是经由市场营销的方式，将产品知识传递给企业的购买者，本研究的目的，是希望藉由分析产品知识与企业采购决策的关系，令企业能更清晰的了解组织采购行为，而不会为销售方各种营销模式左右，进而能发挥各个角色的功能，并且修正出一套为企业量身订制的采购制度，以达到企业的最大利益；对销售方的营销管理者而言，也可藉此分析，建立正确的营销策略，寻求对自身最有利的模式，最终达到与用户双赢的目标。

本论文第一章中介绍购买中心各个角色的行为关系，因为采购过程参与的人员至少有六种角色，而各种角色之间因立场的差异而产生的互动就更为复杂，并且各个角色对于产品知识的搜索行为，有其一定的模式，依据这些模式，能够让我们在复杂的角色关系中，预先了解产品知识传递的正确路径。

本论文第二章介绍产品知识的定义，并且描述产品知识在购买者心目中的认知，由于产品知识区分为本质线索及外部线索，这对于企业内专家型与非专家型购买者，也将产生不同的搜索影响，因此在了解产品知识的分类后，有助于企业如何进行采购决策流程的分工。

本论文第三章分析产品知识的信息搜索行为，由于采购中心各个角色具有不同的权责，因此本章将归纳出企业对于产品知识的信息主题，并探讨各个信息主题的搜索来源，掌握信息来源后，再依各个角色的职权，提供其信息搜索方向，使得采购流程能达到最高的效益。

最后，本论文引用企业采购决策的八个阶段，并以计算机集成服务的

采购为例，分析每个阶段产品知识与采购角色的交互关系，以及影响决策的潜在动机，在这些考虑的因素下，衍伸出企业对于采购的监督机制，提供企业为组织采购的管理，能够有更科学的发展依据。

关键词：组织采购；产品知识；购买决策

厦门大学博硕士论文摘要库

Abstract

Business procurement is a series of decision-making process before companies make the final deal. The purpose of the procurement is to acquire the product and the services. By using the marketing method, the product and the service can be delivered to the company's buyer.

The purpose of this research is for company's buyer to clearly understand business buying behavior by analyzing the relationship between the information of the product and the internal buying decision so the different kinds of selling strategies from the seller will not influence the decision of the buyer. Therefore, both sides of the business function their roles effectively. It will generate a buying system for the specific company to achieve the biggest efficiency and profits. It also can help the sales manager of the other party to create the correct marketing strategies, to look for the best way of doing business, and to achieve the win-win objective.

Chapter one introduces the buying behaviors among all the people involved. There are at least six different roles involved the buying process. The interaction created by the difference of the roles make it more complicated. Each role has its own style to search the information of the product. Based on these styles, we can predict the best way to deliver the knowledge of the product.

Chapter two introduces the definition of product knowledge and describes the reorganization of product knowledge from the customer. There are two types of product knowledge: one is from Intrinsic Cue and the other is Extrinsic Cue. These will cause the different searching influence to professional buyer and non-professional buyers in the company. Understanding the different type of product knowledge helps the company to

know how to precede the cooperation of the buying decision.

Chapter three analyzes the information searching behavior of the product knowledge. Because every role in the buyer center has different responsibilities, this chapter summarizes the information subject of product knowledge and explore the searching sources of every subject. After realizing the sources of information and the responsibilities of each role, it provides the searching direction and makes the buying process to meet the most efficiencies.

Finally, this research uses the eight steps in a business buying decision to analyze the interface relationship between the product knowledge and buying roles in each step and the influences of decision making from the incentives by using the example of procurement of the computer service. With the considerations of these factors, it extends the monitor mechanism from the company and provides the company more scientism developing evidence for the business procurement management.

KeyWord: Business Procurement; Product Knowledge; Buying Decision

目 录

引 言	1
第一章 组织采购行为	3
第一节 采购的定义	3
一、组织采购的类型及影响因素	4
二、组织购买决策	5
三、组织购买角色	7
第二节 企业组织及消费者购买行为之比较	8
第三节 组织采购的信息搜索行为	10
一、组织采购使用信息的来源	10
二、信息来源使用群组分析	11
第四节 购买模式及沟通效果阶级	13
第二章 产品知识	15
第一节 产品知识的定义	15
第二节 本质线索及外部线索的运用	16
第三章 产品知识与信息搜索行为	20
第一节 信息搜索	20
第二节 产品知识与信息搜索行为的关系	21
第三节 信息搜索的主题与供货商选择因素的关系	23
第四节 信息来源与信息主题的关系	25
第四章 发展以产品知识为核心的监督机制	27
第一节 采购角色决策与产品知识的关系	27

一、问题确认	27
二、一般需求描述	28
三、决定产品规格	29
四、寻找供货商	31
五、寻求供应建议书	31
六、选择供货商	32
七、例行订购规定	33
八、绩效评估	33
第二节 采购角色的决策动机	34
第三节 监督机制发展的重心	35
结 束 语	39
参考文献	40
致 谢	43

引 言

组织采购是企业、政府或非营利性组织最大的财政开支，因此在现今越来越强调成本控制的管理模式下，如何将组织采购有效的推动，进而提高组织的运行效率和提高企业的市场竞争的能力，这是每个组织，包括企业、政府和非营利性组织必须要重视解决的一个问题。

“Management Is Detail”这是个人担任专业经理人以来，一直砥砺自己的一句话，同时我也以此要求企业内的领导干部，因为权力与义务是对等的，往往一个细节上没有管理好，很可能让企业蒙受巨大的损失，甚至瓦解崩溃。反观现在大部分的企业，透过许多的组织及流程再造，希望能将组织的动能更为优化，同时也加入了适当的内控及监督制度，以期能将企业运营的风险降至最低，但任何的内控及监督制度与企业的效率及响应能力是呈现反相关关系，因此企业必须在这些条件上，调适一个平衡点，但这个平衡点往往就会产生权责不清的情形，于是企业必须在实际遭遇问题时，再来反复的调整组织及流程，例如企业的采购就从原先由各单位分散采购，演化至集中采购，再依据企业的成长演化为分散和集中的混合制采购，当然，这其中也包含着许多的内控及监督制度的设计。不同的企业有不同的经营理念，企业理念会落实于企业行为，企业行为会经由组织及流程来实践，因此在我们讨论企业流程时，是否能先探讨该行为的本质，进而区分组织的权责，然后设计流程，最终赋予监督机制，而使得企业的效率及响应能力达到最优化，这也是我希望能在本论文中尝试来探讨的。

从事市场营销十余年，深深体会到随着企业组织采购越来越专业化、规模化及规范化，提供产品或服务的厂家，必须越来越重视自己的核心竞争力；而在营销的过程中，销售方也同时扮演着采购方的角色，因此产品

或服务便成为两者之间的价值延续关系，而这样的关系，也同样是我们所面向的用户，在采购决策过程中所重视的。此处我将引用产品知识(供、需方的延续价值)作为企业采购的行为本质，进而再探讨组织权责，并采取流程仿真，最后形成企业组织采购的监督机制。但因企业组织采购流程中的变量极多，故往往不能用数个模式，仿真出所有的结果，因此期待此份论文能成为后续研究的一个引子。

第一章 组织采购行为

影响市场采购行为的因素极多，采购的类型也有各种不同的分类方式，在此仅先就其采购的行为来分类，其可分为「组织采购行为」及「消费者采购行为」，而本篇论文的研究对象，则是企业的组织采购行为；在行业的举例方面，则以计算机系统集成服务为例。

第一节 采购的定义

美国学者 Heinritz (1981)认为：采购活动不仅为取得所需原料或零组件的行动履行所应负责，尚包括供应源之掌握，采购作业的计划及安排，采购作业的研究与选择、如期正确交货的追查，以及验收前数量与质量的检验等。在日常生活中，经常发生各种不同类型的采购：依据采购的主体不同，有消费者采购和组织采购；根据采购客体不同，有农产品采购，工业品采购，工程采购，服务采购；根据采购频率和数量的多少，有集中采购和日常采购；从交易方式看，有现款采购，租赁采购，交换采购，本文主要讨论按采购主体不同分类的组织采购中的企业采购。

组织采购主要包括两类：企业采购和政府采购。企业采购是企业为了事项生产或销售计划，在确保适当质量的条件下，从适当的供货商，于适当的时间，以适当的价格购入必需数量的物品或劳务的行为。企业采购是企业全部商务活动的起点，这一环节对企业整体商务活动效率有着十分重要的影响作用，在一定意义上是企业的成本之源，质量之源和效率之源，也必将成为企业的创新之源。所谓政府采购，世贸组织的《政府采购协议》认为政府采购“是指为了公共利益的需要,由政府部门或政府指定的部门实行购买货物或劳务或工程行为”。我国《政府采购法》规定政府采购是

指各级国家机关、事业单位和团体组织,使用财政性资金采购依法制定的集中采购目录以内的或者采购限额标准以上的货物、工程和服务的行为。财政部《政府采购管理暂行办法》规定政府采购是指“各级国家机关,实行预算管理的政党组织,社会团体,事业单位,使用财政性资金获取货物,工程和服务的行为”。

Webster 与 Wind (1972)则将组织购买定义为「正式组织为购买商品及服务的决策过程,包括确认、评估和选择最合适的品牌及供货商。」

England 与 Leenders (1975) 则对于购买和采购做一区别, 并作以下定义:

- 1、购买是一种纯粹买的过程——确定需要并选定供货商, 协议价格及有关之交易条件, 催促准时及确保交货。
- 2、采购范围比购买广泛——除了买的过程之外, 尚包括有关采购及供应管理的政策制定、规划及责任。

一、组织采购的类型及影响因素

Robinson (1967), 组织购买者在采购时常视购买情境之不同而做决策, 通常分成三种类型:

1、直接重购: 直接重购是指采购单位按日常订购记录(如办公用品、大宗化学药品等)而定的购买情境。即老顾客购买老产品。购买者根据过去各供货商的供货是否满足本企业需要, 是否感到满意从“认可的名单”上选择供货商。“被选中的供货商”则努力保持产品和服务的质量。他们往往建议使用自动再订货系统, 以便采购代理人节省再订货的时间。而“落选的供货商”则试图提供新产品或消除买方的不满, 从而使企业购买者考虑从他们那里购买一定数量的产品; 他们还试图以少量的订货获得一席之地, 然后随着时间的推移而扩大自己的“采购份额”。

2、修正重购: 修正重购是指购买者想修改产品的规格、价格、交货

条件或其它条款而定的购买情境。通常修正重购中买卖双方都有更多的决策人员参与。原中选的供货商变得神经紧张而努力保持这笔交易；之前落选的供货商则认为这是较好的机会，以便建议“更好的供货者”给购买者，来获得某些生意。

3、新购：新购是指购买者第一次购买产品和服务（如办公楼、新流水线）。新购的成本和风险越大，决策的参与者就越多，需要的信息也越多，因而完成决策制定的时间也就越长。新购是市场营销者最大的机遇和挑战，他们力图对主要购买造成更多影响，并提供有用的信息和协助。由于新购牵涉复杂的销售因素，许多公司都派出由最佳销售人员组成的销售团队去执行。

其中以新购状况下所需决策的项目最多，购买者需决定产品规格、价格限制、交货条件、服务条件、付款条件、订购数量、可接受的供货商及选定的供货商...等。

Webster 与 Wind (1972)将影响组织购买者决策的各种因素分为四类：环境因素、组织因素、人际因素及个人因素：

1、环境因素：现有及预期的环境因素对采购政策影响极大，采购者必须针对各种环境状况拟定采购政策。

2、组织因素：采购政策必须符合组织目标、政策、组织结构及制度，建立有效的采购系统。

3、人际因素：采购参与者个人人格和人际关系与供货商间互动关系有关。

4、个人因素：采购者在购买决策过程中，个人动机、认知及偏好对采购行为产生极大影响。

二、组织购买决策

Robinson (1967)，一般而言，将组织采购决策分为八个阶段：请参考

（表 2-1.1）。

1、问题确认：企业经由内在或外在刺激中体认到某种需求可由某商品获得满足，问题因此获得确认。

2、一般需求描述：购买者决定需求的一般特性及需求量。

3、决定产品规格：利用价值分析的方法研究产品组成，决定设计及制造方法，而确定零部件需求标准。

4、寻找供货商：经由内部经验及信息系统，或是外部信息来源寻找供货商。

5、征求供应建议书：供货商对商品提出报价及产品说明。

6、选择供货商：进行供货商分析，找出供货商必备之属性建立评估标准，并根据此标准对供货商加以评估及选择。

7、例行订购规定：采购者提出正式订单，若是采取统购契约，即在特定期间内，定期按商议好的价格及条件供应商品，如此易导致单一购买来源，及向同一来源购买多种产品。

8、绩效评估：采购者对供货商进行使用结果评估，以作为未来采购参考。

表 2-1.1：与主要购买情境(购买类别)有关的企业购买过程的主要阶段

购 买 类 别	新购	修正重购	直接重购
1、问题确认	是	可能	否
2、一般需求描述	是	可能	否
3、决定产品规格	是	是	是
4、寻找供货商	是	可能	否
5、征求供应建议书	是	可能	否
6、选择供货商	是	可能	否
7、例行订购规定	是	可能	否
8、绩效评估	是	是	是

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库